

SPIS TREŚCI

Wstęp	7
Rozdział 1. Zagadnienia teoretyczne w aspekcie picia alkoholu	11
1.1. Picie alkoholu jako jeden z elementów negatywnych zachowań zdrowotnych	11
1.2. Nadużywanie alkoholu – problem zdrowotny i społeczny	15
1.3. Wzory picia alkoholu w świetle literatury	21
1.4. Funkcje picia alkoholu na tle społeczno- kulturowym	24
1.5. Wpływ grupy rówieśniczej na podejmowanie przez młodzież decyzji związanych z konsumpcją alkoholu	28
1.6. Funkcje picia alkoholu w subkulturze młodzieżowej i wczesnej fazie dorosłości	32
1.7. Przejawy zjawisk patologicznych w sporcie	35
1.8. Podstawowe pojęcia dotyczące konsumpcji alkoholu	40
Rozdział 2. Problematyka i procedura badań	45
2.1. Podstawowy problem oraz założenia badań	45
2.2. Metody, techniki i narzędzia badań	47
2.3. Metody analizy statystycznej	51
2.4. Organizacja i procedura badań	52
2.5. Własne spostrzeżenia dotyczące stosunku sportowców do badań	55
2.6. Ogólna charakterystyka badanych	57
2.7. Ocena rzetelności wypełniania ankiet przez sportowców	59
Rozdział 3. Analiza wyników badań	64
3.1. Motywy spożywania alkoholu przez sportowców	64
3.1.1. Rozważania teoretyczne dotyczące motywacji	64
3.1.2. Style picia alkoholu przez zawodników	67
3.1.3. Motywy picia alkoholu badanych sportowców	69
3.1.4. Ważność motywów picia alkoholu przez sportowców w świetle analizy czynnikowej	75
3.1.5. Syntetyczne ujęcie zagadnień związanych z piciem alkoholu przez badanych	83
3.1.6. Wskaźniki sumaryczne zachowań związanych z alkoholem a grupy czynników motywacji picia przez sportowców. Analiza korelacji między wskaźnikami syntetycznymi	84
3.1.7. Motywy picia alkoholu przez zawodników w opinii trenerów	87

3.2.	Środowisko wychowawcze w sporcie a picie alkoholu	90
3.2.1.	Socjologiczne ujęcie grupy sportowej	90
3.2.2.	Rola środowiska sportowego w zapobieganiu negatywnym zachowaniom zdrowotnym wobec alkoholu	94
3.2.3.	Opinie zawodników na temat picia alkoholu w środowisku sportowym	97
3.2.4.	Samocena picia alkoholu przez zawodników oraz ich ocena kolegów z zespołu sportowego	98
3.2.5.	Picie alkoholu przez zawodników w klubach, na zgrupowaniach i obozach	100
3.2.6.	Ostatnie okazje związane z wydarzeniem sportowym skłaniające do picia alkoholu	101
3.2.7.	Opinie zawodników na temat wpływu zespołu lub grupy sportowej na ich stosunek do konsumpcji napojów alkoholowych	102
3.2.8.	Spożywanie alkoholu przez zawodników w różnych okresach działalności sportowej	105
3.3.	Wpływ reklamy alkoholu na podejmowanie picia przez badanych .	108
3.3.1.	Reklama alkoholowa w literaturze	108
3.3.2.	Model percepcji mediów i reklamy alkoholu	113
3.3.3.	Postrzeganie reklamy alkoholu przez respondentów a ich stosunek do jego konsumpcji	115
3.3.4.	Postrzeganie reklamy w zależności od czynników (na podstawie analizy wielowymiarowej)	120
3.3.5.	Postrzeganie reklamy alkoholu przez sportowców w ujęciu wskaźników sumarycznych	126
3.3.6.	Analiza treści reklam alkoholowych w percepcji badanych .	127
3.3.7.	Relacje między reklamą alkoholu a zachowaniami respondentów	130
3.4.	Miejsce alkoholu w życiu pozasportowym zawodników	131
3.4.1.	Alkohol w życiu rodzinnym sportowców	131
3.4.2.	Poglądy badanych na temat wpływu alkoholu na organizm człowieka	134
3.4.3.	Podejmowanie działań ryzykownych pod wpływem alkoholu.	137
3.5.	Ocena zachowań i doświadczeń związanych z pićem alkoholu przez badanych	140

3.5.1. Doświadczenia badanych związane z konsumpcją napojów alkoholowych	140
3.5.2. Zachowania i doświadczenia sportowców związane z pićciem alkoholu w świetle wskaźników sumarycznych . . .	157
3.6. Stosunek respondentów do picia alkoholu w aspekcie testów diagnostycznych CAGE i MAST	159
3.7. Wiedza badanych w zakresie problematyki alkoholowej	163
3.7.1. Analiza twierdzeń dotyczących problematyki alkoholowej zawartych w teście wiedzy	163
3.7.2. Ocena wiedzy badanych w zakresie problematyki alkoholowej	167
3.8. Konsumpcja alkoholu przez zawodników według opinii trenerów .	170
3.8.1. Picie alkoholu w środowisku sportowym w opinii trenerów .	170
3.8.2. Picie alkoholu przez sportowców w różnych okresach aktywności sportowej i pozasportowej w ocenie trenerów .	175
3.9. Konceptualny model picia alkoholu badanej grupy sportowców .	176
3.10. Funkcjonalny model oddziaływań czynników związanych z podejmowaniem picia alkoholu przez sportowców	189
Rozdział 4. Dyskusja	193
4.1. Oddziaływanie reklamy a zachowania związane z pićciem alkoholu	194
4.2. Analiza porównawcza motywów picia alkoholu wśród różnych grup społecznych młodych ludzi a badanymi sportowcami	199
4.3. Struktura i intensywność oraz doświadczenia związane z pićciem alkoholu w różnych grupach społecznych	202
4.4. Szkodliwość picia alkoholu w ocenie badanych	207
4.5. Autoprezentacja sportowców a ich zachowania związane z alkoholem	209
Rozdział 5. Weryfikacja hipotez i wnioski	212
Piśmiennictwo	217
Aneks	243
Streszczenie	339
Summary	342
Spis tabel	344
Spis kwestionariuszy pytań i testów	350
Spis schematów i wykresów	351